

Classes C, D e E são as que mais compram sem necessidade motivadas por promoções, diz SPC Brasil

Pesquisa investigou hábitos relacionados ao consumo e economia de dinheiro do consumidor brasileiro

Uma pesquisa realizada pelo Serviço de Proteção ao Crédito (SPC Brasil) e pela Confederação Nacional de Dirigentes Lojistas (CNDL) buscou identificar os comportamentos consumistas dos brasileiros de acordo com seus hábitos relacionados à utilização e à economia de dinheiro. Os resultados considerados no levantamento foram baseados nos entrevistados que concordaram ou discordaram das afirmações apresentadas, e os dados mostram que **um terço (33%) desses consumidores compra sem necessidade motivado por promoções, especialmente entre as classes C, D e E (35%)**, entre as mulheres (38%) e as pessoas de 18 a 34 anos (42%). Outro dado mostra que 22% afirmam ter esse comportamento na maioria das vezes.

Ainda com relação a práticas consumistas, 42% dos consumidores que responderam à pergunta costumam comprar parcelado para conseguir comprar tudo o que querem, enquanto quatro em cada dez (40%) não procuram meios alternativos para economizar em saídas ou baladas, como reuniões em casa ou na casa de amigos.

O educador financeiro do SPC Brasil e do portal Meu Bolso Feliz, José Vignoli, diz que, principalmente devido à recessão, é preciso administrar o orçamento pessoal com cautela. “Estamos no início do ano e, ao que tudo indica, ainda teremos dificuldades em 2017. Portanto, é importante controlar os impulsos de consumo e evitar locais e situações tentadoras que favoreçam compras desnecessárias”, avalia.

Maioria dos entrevistados diz adotar alguma prática de consumo colaborativo para economizar

Apesar de uma parte considerável dos entrevistados admitir ter atitudes consumistas, o estudo indica que a maioria dos consumidores diz adotar práticas colaborativas ou conscientes com o objetivo de economizar. Oito em cada dez (78%) fazem em casa serviços que poderiam ser contratados fora, como cinema, lanches, manicure e pet shop, 74% utilizam transporte coletivo ou caronas (principalmente as mulheres, 80%, e as classes C, D e E, 78%), e

51% vão aos lugares a pé ou de bicicleta para poupar com transporte (sobretudo entre as classes C, D e E, 55%).

Segundo a economista-chefe do SPC Brasil, Marcela Kawauti, o mau momento da economia estimula essas atitudes, que são estratégias capazes de fazer com que o orçamento renda mais. "Abrir mão da comodidade de contratar um serviço fora de casa, ou de gastar com algum item supérfluo, pode ser a diferença entre o equilíbrio e o desequilíbrio financeiro. É importante que o consumidor faça a distinção entre o que é necessidade e o que é desejo, e, nesse segundo caso, tenha clareza de quanto ele pode gastar", afirma.

José Vignoli diz que a adoção de práticas de consumo colaborativo pode contribuir para o bem de todos. "As atitudes individuais podem, sim, fazer a diferença. Nos grandes centros urbanos, por exemplo, a utilização de meios de transporte coletivo ou alternativo faz toda a diferença", finaliza.

Metodologia

A pesquisa buscou investigar as formas de uso dos recursos financeiros dos brasileiros no dia a dia, considerando hábitos relacionados ao consumo e à economia de dinheiro. Foram entrevistados 606 consumidores acima de 18 anos, de ambos os gêneros e de todas as classes sociais nas 27 capitais. A margem de erro geral é de 4,0 pontos percentuais para um intervalo de confiança a 95%.

Acesse a pesquisa na íntegra e a metodologia em:

<https://www.spcbrasil.org.br/imprensa/pesquisas>

Imprensa

Renan Miret

(11) 3254 8810 | (11) 9 9136 3355

renan.miret@inpresspni.com.br

Vinicius Bruno

(11) 3251 2035 | (11) 9 7142 0742

vinicius.bruno@spcbrasil.org.br

Felipe Covanzi

(11) 3251 2035 | 9 98163 5126

felipe.covanzi@inpresspni.com.br

Cinara Lopes

(61) 9 8154 9557

cinara.lopes@inpresspni.com.br